

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	15
C. Pembatasan Masalah	16
D. Perumusan Masalah	16
E. Kegunaan Penelitian.....	17
BAB II KAJIAN TEORETIK	18
A. Kajian Pustaka	18
1. <i>Impulse Buying</i>	18
2. <i>Sales Promotion</i>	24
3. <i>Store Atmosphere</i>	33
4. <i>Visual Merchandising</i>	39
B. Review Penelitian Terdahulu	43
C. Kerangka Teoritik.....	51
D. Model Penelitian	53
E. Hipotesis	54
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	55
A. Tujuan Penelitian	55
B. Waktu dan Tempat Penelitian	55
1. Tempat Penelitian	55

2. Subjek Penelitian	56
3. Waktu Penelitian	56
C. Metode Penelitian.....	56
D. Metode Penentuan Populasi dan Sampel	57
1. Populasi	57
2. Sampel.....	58
E. Teknik Pengumpulan Data atau Operasional Variabel	60
1. Teknik Pengumpulan Data	60
2. Operasional Variabel Penelitian	61
3. Skala Pengukuran.....	65
F. Teknik Analisis Data	66
1. Uji Instrumen	67
2. Uji Asumsi Dasar	69
3. Uji Asumsi Klasik.....	70
4. Uji Hipotesis	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	73
A. Deskripsi Data.....	73
1. Analisis Deskriptif <i>Sales Promotion</i>	76
2. Analisis Deskriptif <i>Store Atmosphere</i>	78
3. Analisis Deskriptif <i>Visual Merchandising</i>	79
4. Analisis Deskriptif <i>Impulse Buying</i>	81
B. Pengujian Hipotesis.....	82

1. Uji Instrumen	82
a. Uji Validitas	82
b. Uji Reliabilitas	89
2. Uji Asumsi Dasar.....	90
a. Uji Normalitas.....	90
b. Uji Linearitas	91
3. Uji Asumsi Klasik	93
a. Uji Multikolinearitas.....	93
b. Uji Heteroskedastisitas	94
4. Uji Hipotesis	95
a. Uji t.....	95
b. Koefisien Determinasi	97
C. Pembahasan.....	98
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	100
A. Kesimpulan	100
B. Implikasi.....	101
C. Saran.....	102
1. Saran untuk Hypermart Pondok Gede.....	102
2. Saran untuk penelitian selanjutnya.....	104
DAFTAR PUSTAKA	106

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Karakteristik Pasar Modern di Indonesia.....	4
Tabel I.2	Lokasi Gerai Hypermart Bekasi.....	9
Tabel I.3	Pernyataan Pembelian Tak Terencana pelanggan Hypermart Pondok Gede.....	13
Tabel I.4	Variabel Penelitian.....	14
Tabel II.1	Persamaan dimensi <i>Impulse Buying</i>	23
Tabel II.2	Persamaan Dimensi <i>Sales Promotion</i>	32
Tabel II.3	Persamaan dimensi <i>Store Atmosphere</i>	39
Tabel II.4	Persamaan dimensi <i>Visual Merchandising</i>	43
Tabel II.5	Review Penelitian Terdahulu	50
Tabel III.1	Kajian Penelitian Terdahulu.....	60
Tabel III.2	Operasional Variabel Penelitian.....	62
Tabel III.3	Skala Likert	66
Tabel IV. 1	Kategori Berdasarkan Pekerjaan dan Usia.....	73
Tabel IV. 2	Kategori Berdasarkan Pekerjaan dan Jenis Kelamin	74
Tabel IV. 3	Kategori Usia Berdasarkan Usia dan Domisili	75
Tabel IV. 4	Kategori Berdasarkan Pekerjaan dan Pengeluaran.....	75
Tabel IV. 5	Nilai Analisis Deskriptif Variabel <i>Sales Promotion</i> (X1)	76
Tabel IV. 6	Nilai Analisis Deskriptif Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X2) ...	78
Tabel IV. 7	Nilai Analisis Deskriptif Variabel <i>Visual Merchandising</i> (X3)	79
Tabel IV. 8	Nilai Analisis Deskriptif Variabel <i>Impulse Buying</i> (Y).....	81
Tabel IV. 9	Hasil Uji KMO <i>Sales Promotion</i>	82
Tabel IV. 10	Uji Validitas <i>Sales Promotion</i> dengan Faktor Analisis	83
Tabel IV. 11	Hasil Uji KMO <i>Store Atmosphere</i>	84
Tabel IV. 12	Uji Validitas <i>Store Atmosphere</i> dengan Faktor Analisis	85
Tabel IV. 13	Hasil Uji KMO <i>Visual Merchandising</i>	86
Tabel IV. 14	Uji Validitas <i>Visual Merchandising</i> dengan Faktor Analisis	87
Tabel IV. 15	Hasil Uji KMO <i>Impulse Buying</i>	88
Tabel IV. 16	Uji Validitas <i>Impulse Buying</i> dengan Faktor Analisis.....	88

Tabel IV. 17 Hasil Uji Reliabilitas	89
Tabel IV. 18 Hasil Uji Normalitas	90
Tabel IV. 19 Uji Linearitas <i>Impulse Buying</i> atas <i>Sales Promotion</i>	92
Tabel IV. 20 Uji Linearitas <i>Impulse Buying</i> atas <i>Store Atmosphere</i>	92
Tabel IV. 21 Uji Linearitas <i>Impulse Buying</i> atas <i>Visual Merchandising</i> ..	92
Tabel IV. 22 Hasil Uji Multikolinearitas	93
Tabel IV. 23 Hasil Uji Heteroskedastisitas	94
Tabel IV. 24 Hasil Uji Regresi Berganda	96
Tabel IV. 25 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis	97
Tabel IV. 26 Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi.....	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar	I.1	Presentase penduduk yang berbelanja di ritel modern.....	2
Gambar	I.2	Presentase pembelian di dalam toko.....	6
Gambar	I.3	Hasil Pra-Riset di Hypermart Pondok Gede	12
Gambar	II.1	Model Penelitian	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Uji Validitas
Lampiran 3	Uji Reliabelitas
Lampiran 4	Hasil Uji Normalitas
Lampiran 5	Hasil Uji Linieritas
Lampiran 6	Hasil Uji Multikolinieritas
Lampiran 7	Hasil Uji Heteroskedastisitas
Lampiran 8	Hasil Uji Hipotesis